

## Matilde Sánchez

Presidenta de la Federación  
de Distribuidores  
Farmacéuticos  
(FEDIFAR)

«La pandemia ha  
puesto de relieve que  
la distribución  
farmacéutica tiene un  
papel esencial en el  
Sistema Nacional de  
Salud, y que puede  
aportar mucho más»

Texto: Yolanda García Malo / Fotos: Lucía Moreno Diz



Entrevista

Puede ver el vídeo  
de la entrevista en:  
[https://www.elfarmacutico.es/  
tendencias/entrevistas](https://www.elfarmacutico.es/tendencias/entrevistas)



La presidenta de la Federación de Distribuidores Farmacéuticos (FEDIFAR), Matilde Sánchez, tiene claro que hoy en día el sector va más allá de la propia distribución de medicamentos, y que su labor está infrautilizada. Es la primera mujer que ocupa este cargo en la patronal de los mayoristas farmacéuticos de gama completa. Llega con entusiasmo y con energía. La defensa de los intereses de las empresas distribuidoras, el diálogo y la cooperación con todos los agentes sanitarios van a ser sus señas de identidad. Sánchez repasa el presente y futuro del modelo de la distribución farmacéutica y los retos a los que se enfrenta.

**– ¿Cuáles van a ser sus prioridades al frente de FEDIFAR?**

– Como patronal, nuestras prioridades pasan por defender los intereses de las empresas de distribución asociadas a FEDIFAR, y por ser el interlocutor de referencia de toda la distribución farmacéutica de gama completa. Además, nos centraremos en reforzar el diálogo y la colaboración con las autoridades sanitarias, las fuerzas políticas y demás agentes del sector, así como en consolidar el papel y la visibilidad de la distribución como parte del Sistema Nacional de Salud.

**– ¿Cómo se definen los objetivos de una asociación cuyos socios compiten ferozmente entre sí?**



Licenciada en Farmacia por la Universidad de Sevilla y doctora por la misma universidad, Matilde Sánchez Reyes es titular de una oficina de farmacia en Sevilla desde 1998, ocupa la vicesecretaría del consejo rector de Bidafarma y la secretaria del consejo rector del Grupo Bidafarma. Máster of Business Administration (MBA) del Instituto de Empresa, es también secretaria de la Sociedad Europea de Cooperativas Farmacéuticas (SECOF) y Acofarma, y consejera en Unycop y Cedifa.

– Es verdad que los socios son competidores, aunque feroces quizá sea un adjetivo un poco agresivo. Las empresas de distribución farmacéutica compiten igual que lo hacen las de cualquier otro ámbito, con la peculiaridad de que nuestro sector está regulado. A esto se une también que, como predomina el modelo cooperativo, las compañías tienen muy en cuenta los intereses de tipo sanitario, a veces poniéndolos por delante de los meramente empresariales. Basándonos en que los asociados son competidores, los objetivos tienen que diseñarse valorando aquellos puntos que son comunes para todos y trabajando en los temas que compartimos.

**– Se incorpora en un momento en el que todavía hay que gestionar bajo la pandemia de la COVID-19. ¿Qué dificultades ha afrontado la distribución durante la pandemia y qué aspectos quedan aún pendientes?**

– En general, se puede decir que la labor de la distribución farmacéutica en la pandemia ha sido excelente, al igual que la de la farmacia, que ha estado apoyada en todo momento por su distribución. Durante el primer periodo hubo momentos difíciles y de gran complejidad, fue duro conseguir

«Nos centraremos en reforzar el diálogo y la colaboración con las autoridades sanitarias, las fuerzas políticas y demás agentes del sector, así como en consolidar el papel y la visibilidad de la distribución como parte del Sistema Nacional de Salud»

## «Los objetivos tienen que diseñarse valorando aquellos puntos que son comunes para todos y trabajando en los temas que compartimos»

material de protección sanitaria, los proveedores habituales de material no fueron capaces de dar suministro, surgieron proveedores oportunistas, hubo mucha especulación, mucha incertidumbre... En esta primera etapa, las empresas de distribución tuvieron muy claro que era imprescindible seguir en activo para continuar haciendo lo que tenían que hacer y garantizar el suministro de medicamentos a las farmacias y, por tanto, a los pacientes, siempre en condiciones de igualdad, seguridad y calidad. Para conseguirlo, las empresas reforzaron plantillas, rutas, desarrollaron nuevas estrategias, se implantaron normativas en los almacenes para evitar los contagios (grupos burbuja, separación por turnos...), etcétera.

»En la segunda parte de la pandemia se trabajó de forma conjunta con la Administración en el reparto de mas-

carillas o de vacunas. En este sentido, muchas empresas han colaborado (y muchas lo siguen haciendo) con las comunidades autónomas, tanto en la conservación y logística como en la distribución de las vacunas.

»Además, las empresas de distribución también han ayudado en el control de productos que tenían dificultades de abastecimiento (como pasó al principio con la hidroxiquina), en temas de divulgación, en campañas de educación sanitaria con cartelería para que las farmacias expusiesen...

»En definitiva, se ha colaborado de muchas formas. Desde la patronal hemos contribuido al desarrollo de los protocolos que implantaron los almacenes para evitar contagios, y junto a la Agencia del Medicamento ayudamos en la vigilancia de aquellos medicamentos que necesitaban un control especial. También colaboramos con el Consejo General de Colegios Farmacéuticos en la distribución de medicamentos de diagnóstico hospitalario, llevando los medicamentos del hospital a las farmacias para evitar que pacientes vulnerables tuviesen que desplazarse. Aunque en algunas comunidades autónomas todo esto se hizo en la fase inicial de la pandemia, en otras regiones todavía se está realizando hoy en día.

»Por último, una de las principales acciones llevadas a cabo por la patronal fue el corredor aéreo sanitario realizado en el aeropuerto de Ciudad Real, que permitió traer 27 millones de mascarillas cuando no se conseguían mascarillas de ninguna manera. Creo que podemos estar satisfechos y orgullosos de la labor que se ha realizado y se está realizando a lo largo de toda la pandemia.

**- Me ha hablado de la colaboración con la Administración. La pandemia ha puesto en evidencia algunas carencias que hay en la relación de la farmacia con el Sistema Nacional de Salud. En su opinión, ¿qué papel tiene la distribución dentro del SNS? ¿Se aprovecha bien la capacidad logística de nuestro modelo de distribución?**

- En la relación de la distribución farmacéutica con el Sistema Nacional de Salud no se trata tanto de que haya carencias, sino de que se nos utiliza menos de lo que se nos podría utilizar. La pandemia ha puesto de relieve que la distribución farmacéutica tiene un papel muy importante en el Sistema Nacional de Salud y que podemos aportar muchas cosas. Y como muestra le he enumerado un montón de actividades que se han he-

## Algunos datos de FEDIFAR

- 1 En funcionamiento desde **1979**
- 2 Integrada por **9 asociaciones** que representan a **19 empresas distribuidoras**
- 3 FEDIFAR agrupa al **100% de las empresas de distribución farmacéutica de gama completa** que operan en España, que representan más del 97% de la cuota de mercado de la distribución
- 4 Las empresas asociadas generan **7.000 empleos directos y 17.000 indirectos**
- 5 Ventas anuales: casi **13.000 millones de euros**



cho en la pandemia. La capacidad logística de la distribución es de sobra conocida: se acude a la farmacia una media de dos o tres veces al día, y en menos de tres horas el medicamento ya está en la farmacia y a disposición del paciente. Ahora, con la pandemia, se ha puesto de manifiesto todo lo que podemos hacer.

»Además, estamos presentes en otras actividades que son menos conocidas, como, por ejemplo, nuestra participación para evitar la entrada de medicamentos falsificados a través del Sistema Español de Verificación de Medicamentos (SEVeM), la colaboración en la protección medioambiental a través de SIGRE, o nuestra intervención para evitar el desabastecimiento mediante un sistema de información temprana por el que damos información de moléculas de principios activos que pueden tener problemas de abastecimiento. Se trata de una información complementaria a la del Centro de Informa-

ción sobre el Suministro de Medicamentos (CISMED), porque se informa dos semanas antes de problemas de suministro que puede haber en un almacén.

»La pandemia ha sacado a la luz todo este trabajo, que ya estaba, pero del que no se tenía tanta constancia. Este mejor conocimiento de nuestra labor puede ser una llamada para que se cuente más con nosotros y para que desempeñemos un papel de verdad más relevante en el Sistema Nacional de Salud.

**- La mayoría de la distribución en España es cooperativa. ¿Existen diferencias entre estas empresas y las que no lo son?**

- La principal característica del modelo cooperativo es que el dueño de la empresa es la farmacia, es socio y al mismo tiempo es cliente. Así, el modelo cooperativo permite que las empresas sepan lo que necesita la farmacia. Poner esa

mira sanitaria por encima de la visión más economicista o mercantilista de un modelo no cooperativo en el que hay que rendir cuentas a unos accionistas es muy importante.

»El modelo cooperativo, además, lleva muchos años implantado (la primera cooperativa, Federación Farmacéutica, se creó en 1928) y se ha ido adaptando, ha innovado y sigue totalmente vigente. Somos la excepción a escala europea, porque somos el país donde el modelo cooperativo está más implantado ya que supone el 90% de la distribución.

**- ¿No cree entonces que empresas globales aterricen en España?**

- Eso es una incertidumbre. España es el quinto país a nivel del mercado farmacéutico, con lo cual creo que tenemos un volumen que puede ser interesante para las multinacionales. Actualmente, solo hay una multinacional en FEDIFAR, Alliance Healthcare, que forma parte del grupo AmerisourceBergen, que es mucho mayor, y no descarto que otras multinacionales viesen interesante introducirse en nuestro país.

# ODAMIDA



**Laboratorio Químico Biológico Pelayo**

## «Los distribuidores farmacéuticos tienen que hacer muy bien aquello para lo que nacieron, que es la distribución, pero al mismo tiempo tienen que ayudar a la farmacia en su desarrollo como farmacia asistencial»

»Quizá nuestro modelo tiene algunas particularidades que pueden suponer barreras de entrada para las multinacionales. Por una parte, tenemos un sistema con una gran capilaridad operativa y de logística, el número de farmacias que hay es muy elevado, mayor respecto a la población que en otros países, por lo que la rentabilidad que se genera es más ajustada que la que se produce en otros países. Y, por otro lado, está la preponderancia de las cooperativas y la vinculación farmacia-distribución que ya hemos comentado. Pero también creo que las empresas de distribución que tenemos son eficientes, y se ha trabajado en los últimos años para que cada vez seamos más eficientes.

### - ¿Y el tema de las fusiones cómo lo ve?

- Las fusiones forman parte de la estrategia empresarial de los diferentes asociados de FEDIFAR. Las distribuidoras, ya sea porque tenían un tamaño importante, ya sea vía fusiones, o ya sea perteneciendo a grupos cooperativos, han ido trabajando para buscar sinergias, más volumen, ser más sólidas y más competitivas de cara a estar lo más preparadas posible para el futuro que venga.

### - Y hablando de futuro, ¿cómo afronta la distribución el tema de la digitalización del mercado? ¿Qué opina de las nuevas iniciativas que se van a ver?

- La distribución farmacéutica ya estaba inmersa en procesos de digitalización, y creo que, como en todos los sectores, la pandemia los ha acelerado. Si miramos las diferentes empresas asociadas a FEDIFAR, han hecho procesos de digitalización a nivel interno y hacia el socio, con plataformas *online* de formación o que van de la farmacia al paciente... En este sentido, quiero destacar que la farmacia al final recurre o tira mucho de sus empresas de distribución para digitalizarse, con lo cual ese binomio distribución-farmacia es importante también en este aspecto.

### - Claro, tienen que ir alineadas...

- Efectivamente, también nosotros, como patronal, a través de FEDICOM (el protocolo de comunicaciones telemáticas entre almacenes mayoristas y oficinas de farmacia), estamos dando pasos importantes en la digitalización de nuestros procesos. La versión 3 de FEDICOM permite agilizar aún más la interacción entre ambos agentes de la cadena del medicamento, porque al final todos tenemos que estar en este nuevo desarrollo digital.

### - Por todo lo que hemos hablado hasta ahora, parece que la distribución farmacéutica debe desempeñar un papel más allá de la pura logística.

- Sí, así es. La distribución, y en concreto el modelo cooperativo español, nace por la necesidad que tenían las farmacias en aquel momento, a principios del siglo XX, de asegurarse el abastecimiento de medicamentos. Este servicio de distribución es esencial y hay que hacerlo de la mejor manera posible porque es por lo que existe la distribución farmacéutica. Pero, junto a este objetivo primordial, la distribución farmacéutica ha ido innovando y ha tenido claro que debía ayudar al progreso de la farmacia mediante servicios que la ayudasen a posicionarse en el futuro como un espacio de salud (formación, servicios de gestión, servicios financieros, servicios profesionales...). Los distribuidores farmacéuticos tienen que hacer muy bien aquello para lo que nacieron, que es la distribución, pero al mismo tiempo tienen que ayudar a la farmacia en su desarrollo como farmacia asistencial.

### - Se observa la tendencia en la distribución de reforzar sus marcas y asociarlas a las de las propias farmacias...

- Las empresas de distribución, desde que las conozco, siempre intentan vincular y fidelizar a la farmacia, siempre han apostado por reforzar los lazos con la farmacia y ese sentimiento de pertenencia de la farmacia con la empresa no solo con un buen servicio, sino también con otras muchas cosas, como he detallado antes.

»En cuanto a la marca de distribución, se lleva desarrollando desde hace muchos años, quizá más en los últimos tiempos, porque cada vez hay más marcas que salen del canal farmacia, y para la farmacia es importante tener una marca propia y de calidad que no va a estar en otros sitios.

### - Como en los supermercados, por ejemplo.

- Exactamente. En estos tiempos en los que, debido al comercio electrónico, la competitividad en precio es tan importante, el hecho de tener una marca exclusiva, de calidad y a buen precio cobra mucho más valor que antes. Está claro que el producto ayuda; incluso cuando hay revuelo y las marcas tradicionales empiezan a convivir en canales de gran consumo, saber que la marca de la distribución es de la farmacia le da tranquilidad, además de que puede competir en el mercado y llegar a un consumidor que cada vez es más exigente con el precio. ●



# Objetivo: el mínimo esfuerzo



## Emuliquen® Simple



## Emuliquen® Laxante



La **parafina líquida emulsionada** reblandece y lubrica las heces, facilitando una evacuación suave y con menos esfuerzos. Por ello resulta especialmente aconsejable para personas con hemorroides u otras patologías de ano y recto.

La combinación de **parafina líquida emulsionada** y **picosulfato de sodio**, lubrica las heces y estimula el movimiento del intestino, reforzando el hábito natural de la defecación.

Emulsión oral	Para adultos y niños mayores de 6 años
Emulsión oral en sobre	Para adultos y adolescentes mayores de 12 años

Emulsión oral	Para adultos y adolescentes mayores de 12 años
Emulsión oral en sobre	Para adultos



### Alivio sintomático del estreñimiento ocasional

- Lea las instrucciones de este medicamento y consulte a su farmacéutico.
- No utilizar más de 6 días seguidos sin consultar al médico.



**LAINCO, s.a.**

Avda. Bizet, 8-12, 08191 - RUBI (Barcelona) - [www.lainco.es](http://www.lainco.es)